

В настоящее время реклама стала важным атрибутом рыночной экономики и превратилась в неотъемлемую составляющую печатных и аудиовизуальных СМИ, подчиняя своим законам все большую часть коммуникационного пространства.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Станько А.И.* Становление рекламы в прессе России // Филологический вестник Ростовского государственного университета. 1999. № 1. С.49.
2. *Ученова В.В., Старых Н.В.* Как родилась реклама? Ч. 2. М.: Изд-во МГУ, 1992. 120 с.
3. Система средств массовой коммуникации России. М.: Изд-во МГУ, 2001. 259 с.
4. *Хромов А.* Реклама-двигатель... // Огонек. 1989. № 36. С.16.

САТИРИЧЕСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА СССР 1970-х гг.

О.А. Анисимова,

Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск), студентка
E-mail: travkadobra@gmail.com

Аннотация: в данной статье рассмотрены особенности сатирической журналистики 1970-х гг. на примере киножурнала «Фитиль» и сатирического журнала «Крокодил». Охарактеризована их структура, особенности, разнообразие тем, соответствие духу своего времени, сила воздействия на читателей и зрителей. Выявлены особенности изображения действительности (приемы, аспекты сатиры) в печатных и телематериалах.

Ключевые слова: сатирическая журналистика, журнал «Крокодил», «Фитиль»

Summary: the article deals with the features of satirical journalism in 1970s by the sample of the film chronicles “Fital” and the satirical magazine “Krokodil”. It is characterizes their structure, the features, the variety of themes, the accordance with the spirit of it’s time, the strength of the impact on the readers and viewers. It is shows the features of the representation of reality (techniques, aspects of satire) in printed editions and TV materials.

Keywords: satirical journalism, magazines “Krokodil” and “Fital”.

Каждый исторический период своеобразен и заслуживает внимания научного сообщества. Однако сатирическая журналистика периода застоя СССР малоизученна. В первую очередь по этой причине была выбрана тема доклада.

Несмотря на первоначальную положительную динамику в годы правления Л.И. Брежнева, период «застоя» стал политическим шагом назад. Под флагом

развитого социализма крылся кадровый застой, показуха, новая волна подавления свободы слова. После хрущевской «оттепели», известной относительной либерализацией режима, сатирики 1970-х гг. не могли не выработать ироничный взгляд, исключительный образ мыслей на реалии брежневского периода.

На наш взгляд, сатирический киножурнал «Фитиль» и журнал «Крокодил» – самые яркие представители своей ниши. Во-первых, они были действенными орудиями советской пропаганды. Своими материалами, порой доведенными до абсурда, стоящими на грани юмора и агрессии, они боролись с явлениями, разлагающими советское общество. Такими явлениями как: пьянство, взяточничество, шабашники, несуны, стилиаги, хиппи, а также «загнивающий Запад».

Во-вторых, на их примере можно наблюдать противоречие всей советской системы. Когда партийная пресса пестрит заголовками о невероятных достижениях политиков и первоклассности советского общества, сатирическая журналистика показывает, что разлагающих элементов в обществе более чем достаточно. Это создает диссонанс.

Изначально сотрудники «Рабочей газеты» не ставили себе цели создания сатирического издания. Выпуская с каждым номером иллюстрированное сатирическое приложение, редакция рассчитывала доступно, красочно и не скучно изложить читателю последние новости и актуальные темы. Но постоянно возрастающий читательский интерес побудил редакцию во главе с К.С. Еремеевым к созданию оригинального сатирического журнала. Так, 27 августа 1922 г., подписчики «Рабочей газеты», вместо приложения получили полноценный номер сатирического журнала «Крокодил». Номер открывал Демьян Бедный своим программным стихотворением, которое отражало политику издания:

«Добираться до всякой гнилости
И ворошить гниль без всякой милости,
Чтоб нэповская муть не цвела
И не гнила
Вот какова задача Красного Крокодила!» [1].

Журнал стал выходить три раза в месяц рекордными для того времени тиражами – 150 тысяч экземпляров.

Вплоть до 1980-х гг. «Крокодил» имел своеобразную полиграфию: на развороте одна страница была полноцветной, а вторая – черно-белой.

В журнале содержалось множество рубрик, в пределах которых печатались фельетоны, карикатуры, анекдоты, заметки. Многие из них носили не постоянный характер и появлялись по мере актуальности. Например, «Реплики с мест» – раздел, в котором читатели, посредством обратной связи с редакцией, доносили на своих сослуживцев, соседей, знакомых. Также периодически появлялась рубрика «Крокодил помог», в которой редакция давала отчет о действенности своих публикаций. Колонка под названием «Знак скверного качества» появлялась на страницах журнала тогда, когда требовалось обсудить и осудить веяния западной моды, советские товары народного потребления [2].

Но были и постоянные рубрики. Рубрика «Вилы в бок» присутствовала от первого до последнего номера без исключения. Это было обусловлено тем, что рубрика отражала политику издания. Заметки, публикуемые в нем, должны

были быть краткими, резкими, обличающими конкретных носителей социального зла: тунеядцев, алкоголиков, бюрократов, халатных работников, подхалимов. Зачастую редакция даже называла имена «злодеев».

Еще одной постоянной рубрикой «Крокодила» была рубрика «ТАК – Телеграфное агентство Крокодила», в которой читатели находили небольшие информационные сообщения из-за границы, обязательно повествующие о курьезных случаях.

Заключительная страница каждого номера была украшена большой карикатурой. Например, январский номер 1974 г. заключал рисунок Г. и В. Караваевых. На нем изображен человек с зажженной спичкой, на вершине одинокого маяка. Подпись гласит: «SOСстояние энергетики на Западе». Рубрика «Улыбки разных широт» включала в себя два или три юмористических рассказа иностранных авторов и несколько анекдотов. В разделе «Нарочно не придумаешь» содержались цитаты из всевозможных заявлений, объяснительных, газетных материалов, у авторов которых то ли горе от ума, то ли ума вовсе мало.

Каждая из статей сопровождалась небольшой иллюстрацией или полномасштабной карикатурой. Часто поэты и карикатуристы сотрудничали для достижения максимального воздействия на читателя.

Несколько раз в год выходили тематические номера. За 1970-е гг. это были: «Крокодильские новогодние советы», «Крокодил дает прикурить», «Крокодил на автомобиле», детский номер «Крокодил Гена», «Уральские самоцветы». В 1976 г. вышел номер, посвященный XXV съезду КПСС. К памятным датам издавались юбилейные выпуски: к столетию со дня рождения Ленина (1970 г.), к пятидесятилетию «Крокодила» (1972 г.), к 50-летию со дня образования СССР (1972 г.), в 1975 г. – к пятидесятилетию победы в Великой Отечественной войне.

Рассмотрим теперь сатирический киножурнал «Фитиль» [3]. Его первый выпуск зрители увидели в 1962 г. Главным редактором был назначен Сергей Михалков: автор более двухсот басен, гимна СССР, поэтической тетралогии для детей «Дядя Степа». «Фитиль» создавался для борьбы с пороками советского общества: разгильдяйством, расхищением государственного имущества, пьянством, прогулами, бюрократией, взяточничеством. Киножурнал стал уникальным явлением культуры нашей страны. Съёмочные группы «Фитиля» стали самыми нежеланными гостями там, где творилось беззаконие. Иногда выпуски «Фитиля» становились поводом для судебных тяжб и увольнений.

Качественный подход к созданию киножурнала проявлялся не только с технической стороны: освещение, монтаж, музыкальное оформление, декорации, оборудование – все это было на высоте и при просмотре создавалось ощущение просмотра хорошего советского фильма, а не юмористического сюжета длиной в несколько минут. В журнале снимались такие известные актеры театра и кино как: Георгий Вицин, Фаина Раневская, Михаил Яншин, Евгений Евстигнеев, Евгений Леонов, Игорь Ильинский, Олег Ефремов, Леонид Быков, Андрей Миронов, Людмила Касаткина, Ия Саввина, Александр Лазарев, Петр Щербаков и многие другие талантливые актеры Советского союза. Участие в съемках таких гениальных актеров весомо добавляло популярности журналу, а также приближало его к народу, ведь актеры очень часто в сюжетах попадали в

ситуации, знакомые советским гражданам не понаслышке. К слову, в советские времена, «Фитиль» показывали перед киносеансом в кинотеатрах, что несло определенную воспитательную и пропагандистскую роль в массы.

«Фитиль» как представитель сатиры вывел ее на новый уровень. Его сатира была прозрачна, остра и доступна советскому человеку, а за счет того, что это был киножурнал, восприятие становилось легче. Интересной деталью выпусков можно назвать чередование документальных съемок с актерской игрой. Мастерство создателей воплощало на экране не придуманные образы и ситуации, порой доводя их до абсурда, каковой имел место быть в действительности.

Особенностью киножурнала «Фитиль» является его короткий метр. Средняя продолжительность выпусков: от полутора до четырех минут. Перед съемочной группой стояла важная задача не просто рассмешить людей, а суметь за это время разбудить мысль лаконичным, смешным и социально острым сюжетом, при этом синтезируя документалистику и игровое кино.

Каждый выпуск имеет одну основную проблему и несколько косвенных, вытекающих.

Влияние телевидения, кино имело большое влияние в СССР. Поэтому был очень важен подбор актеров. Взятчиков, тунеядцев, алкоголиков, несунув и просто хамов играли актеры, полюбившиеся не одному поколению советских людей: В. Этуш, Н. Парфенов, А. Ширвиндт.

Во всех выпусках за рассматриваемый период главными героями становятся люди, принадлежащие к социальной группе среднего возраста (30-49 лет) и старшего возраста (50 и выше лет). Как правило, герои мужского пола.

Каждый сюжет, а, следовательно, и проблема, имеют свою локальность. Это населенный пункт, предприятие, либо частная жизнь.

Рассмотрим пример: выпуск 1970 г. под названием «Новенький».

Действие разворачивается в рамках трудового коллектива, состоящего из мужчин среднего возраста. Среди сотрудников есть своя традиция выпивать каждую пятницу. В первой сцене мы знакомимся с тремя главными персонажами: Николай Парфенов (рекордсмен по количеству ролей в «Фитиле») играет начальника. Он ограничен, имеет специфическое чувство юмора, упрям. А. Кузнецов в роли Гребешкова – молодого специалиста, открытого и веселого человека, но не пьющего, чем вызывает неодобрение со стороны коллектива. Дмитрий Масанов играет роль Кузяева – организатора, так называемых «Сабантуев». В итоге, под давлением сослуживцев, Гребешков начинает выпивать, нарушая свой главный жизненный принцип.

Для усиления сатирического эффекта, используется прием градации. Каждый повод для «Сабантуя» глупее другого: «На чашку чая!», «Встречи с бывшими участниками наших пятниц» и «Лекция: если хочешь быть здоров».

На наш взгляд, воздействие на зрителя киножурнала «Фитиль» и журнала «Крокодил» было одинаковым. «Фитиль» воздействовал за счет наполненности визуальными образами, звуковыми и музыкальными эффектами, «Крокодил» имел большую информационную содержательность в сочетании с карикатурами.

ЛИТЕРАТУРА И ИСТОЧНИКИ

1. *Стыкалин С.И., Кременская И.К.* Советская сатирическая печать 1917-1963 гг. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://provide-nie.narod.ru/0001037.html#r9> (режим доступа – свободный).
2. Крокодил / Под ред. М.Г. Семенова, 1970-1979 гг. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=3164439> (режим доступа – свободный).
3. Киножурнал «Фитиль». Выпуски за 1970-е гг. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://tv-80.ru/yumoristicheskie/fitil/> (режим доступа – свободный).

СТАНОВЛЕНИЕ РАСПРОСТРАНЕНИЯ НАУЧНОГО ЗНАНИЯ В РОССИИ XVIII-XX ВЕКОВ [1]

Р.П. Баканов,

Казанский (Приволжский) федеральный университет, доцент

E-mail: rbakanov@yandex.ru

Аннотация: в настоящей статье речь идет о трудностях становления процесса распространения научного знания в средствах массовой информации России. Мы выяснили, что за три века в популяризации науки сложились определенные нормы и традиции, пять принципов распространения научного знания, которые должны учитывать авторы статей. Мы полагаем, что научная журналистика, которая в настоящее время слабо востребована аудиторией, постепенно должна занять значительное место в российских масс-медиа.

Ключевые слова: наука, научная журналистика, популяризация научного знания, фундаментализм, актуализм, ученый, Петр Великий, Михаил Ломоносов, Николай Рубакин.

Summary: in this article is talking about the difficulties of becoming a process of dissemination of scientific knowledge in the Russian media. We found that certain norms and traditions had been developed over three centuries in the popularization of science. There are five principles of dissemination of scientific knowledge, which should take into account the authors of the articles. We believe that scientific journalism, which is currently weak demand audience should gradually take a significant place in the Russian media.

Keywords: science, science journalism, popularization of scientific knowledge, fundamentalism, actualism, scientist, Peter the Great, Mikhail Lomonossov, Nikolai Rubakin.

В современном понимании популяризация науки началась в России в первой половине XVIII в. К этому времени завершилось создание Московского